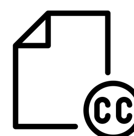
Materials de La Comunificadora

Materials de La Comunificadora

Formació 4: Models d'ingressos, contribucions i recursos a mobilitzar



Autoria: Guernica Facundo Vericat (LabCoop)
Contribucions: David Gómez (femProcomuns), Mònica Garriga (femProcomuns), Thais Lloret (femProcomuns), Wouter Tebbens (FKI)
Versió 1.1 (Desembre 2019)

CONTINGUTS



Empreses convencionals venen un producte/servei amb l'objectiu de maximitzar el seu benefici. Els projectes procomuns també busquen la seva **viabilitat econòmica, però ho fan per impulsar la seva missió**. El benefici (i no lucre) està subordinat a la missió. Si la missió és compartida, els membres i usuàries volen que existeixi i poden pagar més, donar donacions o contribuir perquè arrenqui.

CONCEPTES CLAU



- Models de negoci vs models de sostenibilitat
- Models de sostenibilitat de software lliure
- Model de sostenibilitat en obert

Models de negoci vs models de sostenibilitat

Segons Osterwalder, Morris i Magretta (2005): "Un model de negoci és una eina conceptual que conté un conjunt d'elements i les seves relacions i permet expressar la lògica de negoci de una empresa específica. És una descripció del valor que una empresa ofereix a un o diversos segments de clients i de l'arquitectura de l'empresa i la seva xarxa de socis per a la creació, comercialització i lliurament d'aquest valor i el capital relacionat, per a generar fluxos d'ingressos rendibles i sostenibles". Alexander Osterwalder i Yves Pigneur escriurien el 2010 "Business Model Generation", un manual per a analitzar models de negoci, l'us del qual s'extendria mundialment.

En el món actual dominen models de negoci majoritàriament enfocats a la maximització de beneficis privats, però no tots els projectes econòmics segueixen aquesta lògica. Hi ha models d'activitat que generen valor però s'han definit com una entitat sense afany de lucre (no com una empresa), com per exemple la cooperativa d'energia renovable Som Energia. També n'hi ha que generen valor, però no és monetari (valor d'intercanvi), sinó d'ús, com per exemple una enciclopèdia

com la Viquipèdia. I n'hi ha d'altres que no tenen cap font d'ingrés, però generen un valor pels seus participants, com per exemple Citybik.es.

"Negoci" és doncs una paraula que pot confondre en aquests exemples; el terme "sostenibilitat" ens sembla més adient, perquè es tracta de realitzar l'activitat del projecte fent-la sostenible en el temps per a les persones que hi participen. Parlem, doncs, de "models de sostenibilitat".

Models de sostenibilitat de software lliure

L'equip de Rhishab Ghosh, amb el projecte FLOSS (FLOSS es refereix a les sigles en anglès de Free Libre Open Source Software), van ser els primers (2001) a estudiar amb profunditat models de sostenibilitat (ells n'hi deien de negoci) en el camp del programari lliure. Els models observats, en realitat, eren formes diverses d'obtenció d'ingressos:

- Venda de serveis professionals: formació, consultoria, desenvolupament a mida, hospedatge de programari (lliure), certificats o llicències d'ús de la marca, garanties de servei o de producte.
- Venda d'extensions d'aplicacions opcionals privatives que complementen un nucli lliure.
- Dual licensing: vendre sota llicències privatives i a la vegada compartir sota llicències lliures.
- Venda de productes físics: la comunitat comparteix el coneixement de forma lliure, en dissenys oberts o maquinari lliure, però també pot vendre un producte acabat o en forma de kit a persones que no ho volen o no ho poden fer per si mateixes. També es pot vendre merchandise.
- Venda de merchandise: productes secundaris identificats amb el mateix nom o marca.
- Software-as-a-Service (SaaS) o Platform-as-a-Service (PaaS), on s'ofereix amb contraprestació econòmica o amb anuncis un servei allotjat del programari per qui es vol estalviar instal·lar-lo al seu servidor.
- Finançament a fons perdut, públic o privat. Ajudes públiques, subvencions i projectes finançats per l'administració pública o de forma privada per facilitar la producció de parts de projectes del procomú i contribuir a fer-los viables.
- Desenvolupament per bounties (recompenses).
- Generant sistemes de pre-comanda, microfinançament o recompensa inversa.
- Alliberament del codi al final del cicle de vida del projecte.
- Comissions en entorns o plataformes on es casa l'oferta amb la demanda i hi ha una transacció monetària centralitzada.
- Quotes periòdiques: el mètode per excel·lència de les associacions.
- Anuncis: plataformes on es pot pagar per destacar una notícia o visionar un anunci, com per exemple Wikitravel.org. El software amb anuncis és molt freqüent en apps mòbils.

Models de sostenibilitat en obert

Des del 2001 Creative Commons va començar a oferir un conjunt senzill i pràctic de llicències genèriques que van des de la completament lliure i permissiva (CC BY), passant per la copyleft (CC BY-SA), fins a la no-lliure amb restriccions per a l'ús comercial (CC NC) o la creació d'obres derivades (CC ND). Les llicències Creative Commons es consideren "llicències obertes" perquè "obren" el paradigma del "tots els drets reservats" a tothom per fer ús i còpies; oferint totes o algunes de les quatre llibertats (freedomdefined.org).

Els models de sostenibilitat en obert són aquells models que animen a compartir el coneixement sota llicències obertes, des de les lliures fins les que es reserven alguns drets. Paul Stacey i Sarah Pearson van treballar amb Creative Commons per publicar un llibre electrònic al respecte finançat

amb crowdfunding el 2015: "Made With Creative Commons – Open Business Models". Van definir les següents cinc estratègies per obtenir ingressos:

- Mètode 1: Digital a físic (per exemple venda d'un producte basat en maquinari lliure o disseny obert);
- Mètode 2: Connectar directament (per exemple per estratègies de donacions o crowdfunding);
- Mètode 3: *Matchmaking* (per exemple comissions sobre transaccions en una plataforma on es casa l'oferta amb la demanda);
- Mètode 4: Serveis de valor afegit (tot tipus de serveis, com els del programari lliure, o la interpretació d'obres culturals en teatre o concerts);
- Mètode 5: Membres (per exemple, quotes d'una associació).

En els casos estudiats, van observar que és típic que els projectes combinin diferents mètodes i que molt pocs projectes (gairebé cap) usen la publicitat com a font d'ingressos, perquè se'ls plantegen massa reptes ètics i de governança.

Alhora apunten que aquests mètodes generen models que van més enllà dels ingressos i l'ús de llicències per compartir el coneixement, i inclouen contribucions i recursos (a vegades "ganduls") que es poden mobilitzar en favor dels projectes. La lògica col·laborativa fa baixar els costos monetaris pel projecte i per tant, la tensió generada entorn la cerca d'ingressos. Les persones es veuen motivades a participar en la comunitat i contribuir amb feina p2p i en les estratègies de donacions, especialment quan els eixos estan ben alineats: quan la política de compartir el coneixement i el model de governança s'adeqüen a la visió i els valors compartits de la comunitat.

Model d'ingressos, contribucions i recursos a mobilitzar

Per al model de sostenibilitat procomú en el què es basa La Comunificadora, i seguint la classificació d'Stacy i Pearson, hem adoptat l'enfoc de "model d'ingressos, contribucions i recursos", en el què tenim present tant **les fonts d'ingressos (que poden ser internes o externes al projecte)** com **els recursos en espècie que es poden posar al servei del projecte.** També hi ha projectes procomuns que registren els costos i usos que es fan dels recursos comunals i funcionen amb un **règim de compensacions**, per tal d'aconseguir un sistema just social entre les persones contribuidores i consumidores dels productes/serveis/activitats que s'ofereixen.

(1) "De digital a físic". Projectes que se sostenen produint béns físics

Quan un bé digital (sota una llicència oberta i gratuïta) es converteix en un bé físic els costos que es produeixen es cobreixen amb la venda d'aquest bé físic. Sovint aquests costots estan associats a: matèria primera, treball productiu, emmagatzematge, distribució… Alguns exemples d'aquest model són:

- Opendesk és un repositori de dissenys de mobles (fets per dissenyadores independents sota una llicència oberta i gratuïta) que qualsevol persona es pot descarregar; però alhora és també un mercat en línia de mobles que connecta clients (persones que prefereixen comprar un moble més que no pas accedir a un disseny i fabricar-se'n un) amb makers locals de tot el món. En comptes de la fabricació massiva i l'enviament a nivell mundial, Opendesk construeix una cadena de subministrament distribuïda, local i justa (doncs no produeix en països que fan dumping social) a través d'una xarxa global de fabricants.

- Cards against humanity és un joc de cartes per persones adultes molt popular. Max Temkin i un grup d'amics es van ajuntar per jugar en una festa de cap d'any i se'l van inventar (probablement basant-se en un joc tradicional anglès que es diu "green-red apples"). El joc

va tenir molt èxit i va decidir treballar-hi més, va crear un arxiu de les cartes que componen el joc i un conjunt de descripcions per imprimir-lo, reproduir-lo i publicar-lo en línia sota una llicència CC BY NC-SA. A través del boca-orella milers de persones el van baixar i reproduir generant aportacions, valoracions i modificacions; també van començar a rebre sol·licituds de persones que volien simplement comprar el joc; això els va portar a fer una campanya de Kickstarter per fabricar el joc. La tirada inicial es va esgotar ràpidament i va generar un creixement de la demanda i una diversificació en paquets de targetes personalitzades.

(2) Connexió directa. Projectes que se sostenen agregant massa crítica

Es tracta de projectes que aprofiten la potencialitat d'Internet per a la connexió directa entre persones que tenen interessos compartits i que estan disposades a què el coneixement que entre elles generen sigui obert i de lliure accés per a tothom.

Aquests projectes se sostenen majoritàriament per formes diferents d'aportacions econòmiques (donacions, mecenatge, crowdfunding, esponsorització, etc.) i ho fan gràcies a generar una massa crítica suficientment gran i diversa com perquè, davant una crida del projecte a rebre suport econòmic, una part d'aquesta massa crítica hi respongui favorablement. També es tracta de projectes on les persones són (o poden ser) usuàries i productores alhora (*prosumers*) i, per tant, tenen diferents nivells de vinculació amb el projecte i s'organitzen en diferents rangs de participació.

ESTUDI DE CAS: Wikipedia

L'exemple més paradigmàtic d'aquest model de generació d'ingressos és la Viquipèdia (Wikipedia en anglès): una enciclopèdia lliure a Internet mantinguda per la Fundació Wikimedia.

Missió:
La missió de la Fundació Wikimedia és facultar i animar a la gent de tot el món a reunir i desenvolupar contingut educatiu neutral sota una llicència de contingut lliure o de domini públic, i a difondre-la de manera efectiva i global. La Fundació proporciona la infraestructura essencial i l'estructura organitzativa per al suport i desenvolupament de projectes wiki multilingües i altres empreses que serveixen a aquesta missió. La Fundació crea i manté el contingut educatiu dels seus projectes en Internet sense cap càrrec a perpetuïtat.

Visió: Imagineu un món on tothom pugui participar lliurement en el conjunt de tot el coneixement. Aquest és el nostre compromís.

Valors:
1 We strive for excellence
2 We welcome and cherish our differences
3 We are in this together
4 We engage in civil discourse
5 We are inspired

Procomú:

Contingut educatiu neutral sota una llicència de contingut lliure o de domini públic, estructurat en wikis; una Wiki és un sistema de gestió de continguts en web que permet la col·laboració en la seva creació.

Va ser creada el gener del 2001 per Jimmy Wales i Larry Sanger, i actualment és l'obra de referència més gran i popular a Internet. Els més de 38 milions d'articles, 5,7 milions són en anglès i gairebé 590.000 en català (a setembre de 2015), han estat escrits col·laborativament per usuàries d'arreu

del món, i la majoria dels seus articles poden ser editats per qualsevol persona que pugui accedir a la web.

Comunitat:

Viquipèdia rep sovint moltes crítiques que se centren en el fet que conté prejudicis i inconsistències, i afavoreix el consens per damunt dels credencials en el procés editorial, de maneras que es pot considerar poc fiable; altres crítiques se centren en la seva susceptibilitat al vandalisme o que s'hi afegeixi informació no verificada. La Viquipèdia en català / valencià fou la segona a fundar-se, el març del 2001, després de l'anglesa.

Actualment hi ha versions de la Viquipèdia en més de 250 llengües però només 236 estan actives, i el conjunt de Viquipèdies tenen més de 330M articles (gener 2018) i reben 15B de visites cada mes, 6.000 consultes cada segon (dades del 2017). Es netegen al voltant de 1.000 pàgines al dia. El 2017 s'han editat 458,62M d'articles (el -7,16% que l'any anterior).
https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Statistics

La Viquipèdia tenia 3,86M d'usuaris registrats arreu del món en finalitzar el 2017 (el 20,9% més que l'any anterior). El 2016 el temps mitjà dedicat per setmana era de 5,8 hores, la mitjana era de 2 hores en molts tipus de contribucions diferents: editar contingut, organitzar un esdeveniment de Wikipedia, detectar errors de programari o contribuir a la programació de codi, per exemple. . El temps mitjà per edició és de 12 minuts a la setmana. L'edat mitjana dels editors de Wikipedia és de 31 anys.

(Gràfics de motivacions per contribuir:
https://blog.wikimedia.org/2015/09/11/time-spent-editing-wikipedia-survey/)

Model d'ingressos i contribucions:
(https://annual.wikimedia.org/2017/financials.html)

El pressupost de despeses operatives del 2017 ha estat de 69,1M$, des quals 33,7M$ es destinen a l'equip tècnic. El número de persones treballadores ha passat de 3 el 2006, a 300 el 2017. Els creadors de continguts i alguns desenvolupadors no cobren (no formen part de la plantilla de la WF).

La marca Wikipedia és propietat de la Wikimedia Foundation, que és qui recapta les donacions d'usuàries (microdonacions en anuncis al web) que han passat de 10M$ el 2005[1] a gairebé 87,5M$ el 2017. Aquestes microdonacions el 2017 van ser complementades per ingressos generats per les pròpies comunitats locals (28% del pressupost total) i per finançament públic (14%).

Un altre exemple menys coneguts però que segueix el model de massa crítica són:

- Freesound és una base de dades col·laborativa de fragments d'àudio, mostres, enregistraments, sons, ... alliberats sota llicències CC que permeten la seva reutilització. Freesound permet carregar i descarregar sons des de i cap a la base de dades, sota la mateixa llicència CC i proporciona noves maneres d'accedir a aquestes mostres, permetent als usuaris: utilitzant paraules clau, usant associacions tipus "semblant a un so", etc. La base de dades oberta de sons es pot utilitzar per a la investigació científica i integrar-se en aplicacions de tercers: investigadors i desenvolupadors de Freesound API poden accedir al seu contingut per recuperar informació significativa, com ara metadades, fitxers d'anàlisi i els propis sons. L'ús de l'API és gratuït per a usos no comercials, però també es pot obtenir

[1] https://www.quora.com/How-does-Wikipedia-earn-money Pete Forsyth, Wikipedia writer, editor, community leader since 2006 Updated Jan 10 2016

una llicència per ser usat en aplicacions comercials. Freesound se sosté gràcies al Grup de Tecnologia Musical (MTG) de la Universitat Pompeu Fabra, que forma part del Departament de Tecnologies de la Informació i la Comunicació. L'MTG vol contribuir a la millora de les tecnologies de la informació i la comunicació relacionades amb el so i la música: duent a terme investigacions sobre processament de senyals d'àudio, recuperació d'informació musical, interfícies musicals i musicologia computacional; realitzant una investigació competitiva a nivell internacional; i, alhora, transferint els seus resultats a la societat.

El 2 de gener del 2017, Freesound comptabilitzava 6.200.000 d'usuaris registrats que de mitjana, aporten a la plataforma 100 nous sons per dia; només el 2016, 36.000 nous sons (588 h d'àudio) i que s'integren als 327.000 sons que conté la plataforma i que estan a disposició dels usuaris (4.400 hores). En termes d'ús, els usuaris s'han baixat de la plataforma 16 milions de sons el 2016 que sumades a les anteriors fan un total de 94,2 milions de descàrregues. La comunitat Freesound es troba majoritàriament als EUA (25,7%), al Regne Unit (6,3%), a la Xina (3,7%) i també en menor percentatge a l'Índia i a Itàlia (font: Alexa).

Recentment s'ha inaugurat Freesound Labs, una eina útil per fer el seguiment de tot tipus d'activitats i projectes que tenen lloc al voltant de Freesound. A llarg termini, l'objectiu és convertir Freesound Labs en un portal en què els creadors, desenvolupadors, investigadors i usuaris de la plataforma puguin compartir els seus projectes i donar-los visibilitat. Amb això augmentaria significativament l'impacte potencial de Freesound, donaria més valor a la reutilització del seu contingut i s'adaptaria als nous requisits de la comunitat d'usuaris Freesound.

L'estructura d'ingressos de Freesound actual és:

- donacions: Google Research Award (El 2009, Google Research va donar un important impuls a la plataforma amb un ajut de 35.000 dòlars que va permetre implementar moltes millores a Freesound, millorar el programari i promoure l'ús del producte en els àmbits de recerca i la creació musical d'arreu del món), xarxa TECNIO i LETUSA
- projectes de R+D+I competitius a nivell europeu.

Cal tenir present que Freesound es troba situat a les instal·lacions de la UPF i vehicula algunes de les seves activitats pedagògiques a través de l'Spin–off "Tallers sonors" (a través del Projecte Phonos) que compta amb un estudi musical.

(3) Plataforma connectora

Els projectes de "Plataforma connectora" responen a una lògica similar als de "Connexió directa" però estan pensats per a què la plataforma sigui la intermediària entre qui crea continguts i qui en fa ús. En aquest model es poden distingir dos grans submodels de generació d'ingressos:

(3.1) Plataformes que se sostenen amb una part dels moviments econòmics que generen

Es tracta de projectes orientats a facilitar l'intercanvi econòmic entre creadores de continguts (emprenedores, productes de comerç just, artistes, etc.) i usuàries, de manera que la plataforma es queda un percentatge o comissió d'aquests intercanvis econòmics. Alguns exemples d'aquest model són:

- Goteo.org és una plataforma de crowdfunding o finançament col.lectiu (aportacions monetàries) i col.laboració distribuïda (serveis, infraestructures, microtasques...) per a projectes que, a més d'oferir recompenses individuals, generin retorns col.lectius. És a dir, que fomentin la utilitat pública, el codi obert i/o el coneixement lliure. Com a membre

d'aquesta xarxa pots complir un o diversos rols: impulsant un projecte, cofinançant-lo o col.laborant en la seva consecució. En relació a altres plataformes de crowdfunding existents, aquests són els aspectes destacats de Goteo:

- Comú, obert i lliure: Potenciem projectes que apostin pel procomú, el codi obert i/o el coneixement lliure, posant per tant l'accent en la missió pública, afavorint la cultura lliure i el desenvolupament social.
- Llicències lliures i/o obertes: Els projectes que vulguin cofinançar-se amb l'ajut de Goteo hauran de permetre a través de llicències obertes, la còpia, comunicació pública, distribució, modificació i/o explotació de part o de la totalitat de cada creació.
- Retorns col.lectius: Goteo persegueix la rendabilitat social de les inversions promovent que els projectes ofereixin, a més de recompenses individuals, retorns col.lectius per al desenvolupament de bens comuns.
- Borsa d'inversió social: Gestionem un fons de capital rec amb aportacions d'entitats públiques i privades, per a la inversió co-responsable i amb efecte multiplicador en projectes que comptin amb el suport de la societat civil.
- Col.laboració distribuïda: A Goteo, a més d'aportacions monetàries, es pot col.laborar mitjançant serveis, recursos materials, infraestructures o participant de determinades microtasques necessàries per desenvolupar els projectes.
- Dues rondes de cofinançament de 40+40 dies: S'estableixen dues rondes de cofinançament, de 40 dies cadascuna. La primera, a "tot o res", lligada a la consecució del pressupost mínim imprescindible; i la segona, on s'estableix un import òptim al qual tendir per realitzar millores addicionals, sense ser necessari assolir la quantitat definida.
- Comunitat de nodes locals: Goteo és una comunitat de comunitats, una xarxa de nodes locals independents però coordinats entre sí, que serveixen per localitzar allò digital, aportant proximitat i especificitat en el seu context.

Goteo neix en 2011 impulsada per Plantoniq, una organització internacional de productors culturals i desenvolupadors de programari, pionera en la defensa de la cultura copyleft. Actualment està gestionada per la Fundación Goteo (abans anomenada Fundación Fuentes Abiertas), entitat sense ànim de lucre, que promou els principis d'obertura, neutralitat, transparència i independència. El seu principal impulsor va serGoteo ha estat impulsada per Platoniq i es regeix per un compliment transparent i responsable de la seva missió mitjançant la Fundació Goteo, entitat sense ànim de lucre declarada d'utilitat pública que integra tots els agents compromesos amb el desenvolupament de la plataforma, i que s'encarrega de gestionar la seva activitat i la seva borsa d'inversió social público-privada de Matchfunding.

L'estructura d'ingressos el 2017 va ser:

- Microdonacions per als projectes: 1.189.711 € per a finançar projectes, dels quals el 93% (1.112.160 €) van ser donacions de micro-mecenes i el 6,52% (77.551€) van provenir d'institucions per a co-finançar projectes a través de les convocatòries de matchfunding. Aquests fons s'han destinat íntegrament als projectes que han superat el seu finançament mínim requerit.
- Ingressos financers derivats de la gestió de les microdonacions (11.988 €).
- Subvencions públiques (58.109 €), per al desenlupament de campanyes i projectes específics.
- Comissions per la gestió de la plataforma Goteo.org (46.601 €). La comissió aplicada és del 4% (entre les més baixes en plataformes de micromecenatge a Espanya).
- Servei (54.929 €) contractats per institucions públiques o privades, empreses o universitats per a la creació de canals institucionals a Goteo.org i la realització de formacions a mida.

- Knowledge Unlatched és una plataforma que facilita la trobada entre biblioteques (adherides a KU) per subscriure l'edició de materials escolars sota una llicència CC. Els fons

aportats per cada biblioteca es combinen per pagar la posada en marxa, revisió, disseny i tot el que cal fer per generar la versió digital del material. A canvi d'aquesta quantitat fixa, alguna de les editorials adherides a KU produeixen el llibre i el posen a disposició de tothom, per llegir o descarregar de forma gratuïta sota una llicència CC. L'agost de 2018 més de 950 títols d'Humanitats i Ciències Socials havien estat descarregats (o accedits) més d'1 milió de vegades per usuàries de tot el món durant l'any.

(3.2) Plataformes que se sostenen facilitant serveis a qui crea els continguts

En l'univers creatiu (música, escriptura, art…), per poder arribar al públic, tradicionalment ha calgut trobar primer una agència, un segell discogràfic, una editorial o un altre tercer que et representi. Aquest intermediari ha jugat tres funcions: 1. determinar si el seu treball és digne de ser publicat, 2. invertir en suport a la creació del treball, i 3. actuar com a representant i distribuïdor de l'obra per fer-la arribar al públic. Actualment molt creadors i creadores utilitzen Internet per dirigir-se directament a seguidores, lectores, fans i públic.

El model de "Plataforma connectora" aprofita l'eliminació de la dependència d'intermediaris que facilita Internet però ho fa llicenciant obertament els treballs creatius amb llicències de CC, convidant a tothom a escoltar, llegir, utilitzar i distribuir els continguts. En lloc de restringir l'accés al treball creatiu fins que es produeixi un pagament per ell, es lliura lliurement una invitació explícita per copiar-la i compartir-la amb d'altres. L'audiència és la que, a través del boca orella, té un paper de promoció i distribució; els i les creadores, al seu torn, s'esforcen a "connectar-se" amb els seus seguidors (utilitzant sovint les xarxes socials) per compartir les seves vides, experiències i idees d'una forma transparent i oberta, aprofundint la comprensió, l'interès i la confiança del públic. Els projectes de "connexió directa" conviden a la connexió, el diàleg i el vincle, a través d'un canal d'intercanvi recíproc que, a la llarga, té rendiments econòmics per als i les creadores.

Alguns exemples d'aquest model són:

- Jamendo, és una plataforma musical i una comunitat d'àmbit internacional, creada al voltant de la música lliure, on els artistes poden pujar la seva música gratuïtament i el seu públic descarregar-la sota llicència Creative Commons.

  Jamendo permet streaming de tots els seus àlbums, ja sigui en format MP3 o en OGG Vorbis, també ofereix descàrregues a través de les xarxes de BitTorrent i eDonkey. Mentre que el gruix principal de la comunitat està format per francòfons, el lloc és actualment disponible en 6 idiomes (anglès, francès, castellà, alemany, italià i polonès). Altres llengües són en fase de desenvolupament, cada usuari registrat podent col·laborar en la traducció a partir del programa en anglès o francès.

  Fou fundada el gener del 2005 i actualment compta amb un catàleg de més de 500.000 pistes compartides per 40.000 artistes de gairebé 150 països de tot el món. El 2016 va facturar 1M$:

  - Facilitant músiques a campanyes publicitàries per a marques globals, i proporcionant música de fons a minoristes mundials, redistribuïnt els ingressos entre la plataforma i els artistes (fins al 65%).
  - Proveïnt (cobrant) serveis de promoció als artistes: sincronitzant músiques en projectes multimèdia; emetent les seves músiques en ràdios comercials; generant vídeos promocionals de grups i artistes; acompanyament en la creació d'obres musicals; etc.

- Noun Project, és una web que agrega i cataloga més d'1M de símbols creats i carregats per dissenyadores gràfiques de tot el món en llicències creative commons. Noun Project va ser fundat conjuntament per Sofya Polyakov, Edward Boatman i Scott Thomas i està dirigit per Polyakov. El web va començar amb símbols del Servei del Parc Nacional i altres fonts

iconogràfiques de domini públic, i es va llançar a Kickstarter el desembre del 2010 recaptant més de 14.000$ en donacions.

Noun Project presta serveis als seus subscriptors, que poden ser:

- Professionals del disseny: amb una API pròpia que els permet aportar una gran col·lecció de símbols d'alta qualitat, crear infografies en temps real, crear jocs interactius, personalitzar productes impresos en 3-D, crear “emojis” propisa l’app de Noun Project, etc.
- Centres educatius, empreses i entitats, que generen (o volen generar) la seva pròpia iconografia (o customitzar la que ja està creada) i que el web permet emmagatzemar i gestionar de forma senzilla i àgil.

Noun Project també genera nova iconografia per encàrrec o bé, quan el treball de disseny de nova iconografia té finalitats socials, aquesta demanda es vehicula a través d’Iconathon.org Les "Iconathons" són sessions que solen durar cinc hores i inclouen dissenyadors gràfics, experts en contingut i voluntaris interessats, tot treballant en grups petits que se centren en un tema específic, com ara la democràcia, el transport, la nutrició, la recerca periodística, els desastres naturals, la innovació educativa, etc. Noun Project s’encarrega de buscar un partner que financi la sessió i les participants detinen part del seu temps voluntàriament.

(4) Serveis de valor afegit. Projectes que se sostenen venent serveis addicionals

Es tracta de projectes que, sobre la base d’un procomú digital (normalment coneixement obert i lliure), generen serveis de valor afegit que, normalment, solen ser de tres tipus:

(4.1) Customització

Es tracta d’adaptar el procomú digital (a nivell estètic, d’ordenació del contingut, de forma d’accés, etc.) segons el què necessiti el client que ho demani. Un exemple de customització és Figshare:

- Figshare és un repositori d’informació acadèmica que ofereix un servei gratuït per a acadèmics i investigadores (persones particulars) per carregar, emmagatzemar i compartir les seves recerques com a recursos de CC BY amb llicència oberta, i les seves dades com CC0 (Domini Públic). Quan es tracta de publicacions, editorials o institucions acadèmiques que volen el seu propi “Figshare” amb la marca personalitzada, llavors aquest servei de customització es paga. A més les entitats també poden rebre serveis addicionals de mètriques, gestió de dades (emmagatzematge públic o privat), disseminació de dades, administració del grup de persones usuàries, etc. Aquests serveis a mida pagats financen el servei gratuït de Figshare als acadèmics i investigadores particulars.

  Figshare va començar el 2011 com un prototip de Mark Hahnel que va desenvolupar per primera vegada la plataforma com una solució personalitzada per a l'organització i publicació de diversos productes de recerca generats en suport del seu doctorat en biologia de cèl·lules mare. El 2012 l’empresa anglesa Digital Science es fa càrrec de la plataforma i la gestiona des de llavors. El 2013, Figshare va llançar un servei de dipòsit institucional, que ofereix a les organitzacions una infraestructura prèviament desenvolupada per acollir materials acadèmics generats per les seves comunitats membres. La seva estratègia d’aliances amb altres organitzacions que treballen en el camp de la recerca i el coneixement obert ha permès que sigui una de les principals plataformes no universitàries de recercadors. Algunes de les seves aliances són:

- PLOS (Public Library of Science - Biblioteca Pública de Ciències) per integrar l'allotjament, accés i visualització de dades de Figshare amb els articles PLOS associats. PLOS és un projecte sense ànim de lucre que té com a objectiu crear una biblioteca de revistes científiques i una altra literatura científica sota una llicència de contingut obert. Específicament fa servir la de Creative Commons.
- ImpactStory, per donar suport a la recopilació d'altmetrics (sovint considerades com una mètrica sobre els articles, es poden aplicar també a les persones, revistes, llibres, sèries de dades, presentacions, vídeos, repositoris de codi font, pàgines web, etc.). ImpactStory és una eina web per ajudar els investigadors a mesurar els impactes dels seus resultats de recerca, inclosos els articles de revistes, publicacions de blocs, conjunts de dades i programari.
- Github i Mozilla Science Lab, per habilitar codi com a resultat d'investigació.

Figshare va fer que 200.000 fitxers estiguessin públicament disponibles en el seu primer any; actualment posa a disposició de recercadores, bibliotecàries, administradores de centres de recerca, etc. més de dos milions i mig de fitxers (articles, projectes de recerca i col·leccions).

(4.2) Serveis de suport

Es tracta de projectes que cobren per a l'accés allotjat i suportat i l'ús de recursos amb llicència oberta. Dos exemples d'aquest submodel d'ingressos són:

- Lumen Learning genera continguts en CC per als seus cursos sobre matèries universitàries molt diverses que ofereixen els mateixos continguts que els caríssims llibres de text comercials de cursos universitaris (també amb quotes molt altes d'inscripció). Als cursos de Lumen s'hi pot accedir gratuïtament o, alternativament, pagant una tarifa molt reduïda (10$) es poden integrar (i per tant, certificar) en un sistema de gestió d'aprenentatge universitari amb serveis addicionals de professorat i assistència tècnica. Lumen té acords amb institucions universitàries per tal que aquestes implantin sistemes d'educació oberta o per a què acceptin els estudiants de Lumen (que han pagat) com a propis, a canvi un cànon per estudiant a aquestes institucions.

- Open Data Institute connecta, equipa i inspira gent de tot el món per innovar amb dades obertes. Les dades obertes són dades que tothom pot accedir, utilitzar o compartir. Quan les grans empreses o governs publiquen dades no personals, permeten a petites empreses, ciutadania i investigadores desenvolupar recursos que facin millores crucials a les seves comunitats. Normalment les dades s'obren a través de llicència CC0 (Domini Públic). Les dades obertes són gratuïtes i d'accés lliure, però l'Open Data Institute ofereix formació a aquestes empreses, ciutadania i investigadores per tal que puguin extreure el màxim de profit de les dades. Sovint, quan hi ha un ús comercial de les dades, l'Open Data Institute també pot cobrar una tarifa sobre els beneficis, les oportunitats i les pràctiques associades a les dades obertes (per aquells clients que han format).

(4.3) Recursos addicionals

Aquest tipus de servei de valor afegit cobra una tarifa per als recursos que complementen un nucli de reconeixement amb llicència de Creative Commons. Un exemple d'aquest submodel d'ingressos és:

- OpenStax, que ofereix llibres de text lliures i gratuïts d'alta qualitat per a cursos universitaris (del camp de les matemàtiques, la ciència, les ciències socials i les humanitats) amb llicència de CC BY. OpenStax s'associa amb entitats i empreses del camp educatiu, que ofereixen eines de treball en línia (també d'alta qualitat) que complementen aquests llibres: estudis de cas, eines de gestió, eines de càlcul, etc. Aquests recursos addicionals es paguen i una part del preu va a parar a OpenStax. Tanmateix cal tenir present que Openstax forma

part de la Rice University i que el seu finançament principal ve de grans fundacions americanes orientades a l'educació i a la formació.

(5) Membres. Projectes que se sostenen gràcies a la seva base social

Es tracta de projectes on la base social contribueix econòmicament i defineix la governança del mateix. Es tracta de projectes que o bé presten serveis a la seva base social, o bé els faciliten l'accés a infraestructures que, sense una acció col·lectiva seria inviable per a persones individuals.

(5.1) Prestar serveis

Alguns exemples d'aquest model són:

- The Conversation (TC), és un mitjà de comunicació independent sense ànim de lucre. Els articles són escrits per acadèmics, editats per periodistes professionals i disponibles de manera gratuïta en línia, i publicats en creative commons. Va ser fundada conjuntament per Andrew Jaspan i Jack Reijtman, en el marc de la Universitat de Melbourne. Havia estat covada durant quatre anys (2004-2008) però no és fins el 2009 que es genera una primera plataforma pilot amb un petit suport econòmic del Govern estatal de Victòria. The Conversation Media Group va obrir la seva oficina el novembre de 2010 amb un petit equip d'editors i desenvolupadors professionals i es va llançar al públic el març del 2011.

  El web s'inicià a Austràlia i s'ha expandint al Regne Unit (2013), als Estats Units (2014), a l'Àfrica (2015), a França (2015), a Canadà (2017), a Indonèsia (2017) i a Espanya el 2018. Aquesta expansió s'ha fet a través de les xarxes de col·laboració entre universitats, que són, actualment, les principals finançadores (a més d'algunes fundacions americanes). The Conversation Espanya neix amb el suport de Fundación Telefónica, la Conferència de Rectors de les Universitats Espanyoles (CRUE), el Consell Superior d'Investigacions Científiques (CSIC), i les universitats d'Oviedo, Barcelona, Alcalá, Politècnica de Madrid, Complutense, Nebrija, IE, Vic, Carles III, Lleida, Pública de Navarra, Extremadura, Sevilla i Granada, a més de la Fundació d'Investigació Biosanitària del Principat d'Astúries i el Real Instituto Elcano.

  Actualment The Conversation treballa en estreta relació amb més de 68.000 científics i docents de 2.300 centres de recerca i universitats. Des de maig de 2018 The Conversation informa a un públic mensual de 10,7 milions de lectores directes i un abast de 35 milions de lectores indirectes gràcies a les republicacions en centenars de diaris a tot el món, com el Washington Post, The Guardian, Newsweek, Time o El País.

- Ensenya el Cor, és la plataforma de gestió del Balanç Social, una eina de rendició de comptes i mesura d'impacte social, ambiental i de bon govern, impulsada per la Xarxa d'Economia Social (XES) de Catalunya, formada per 183 entitats i 109 persones el 2016. Les organitzacions (tant sòcies de la XES com no sòcies) que fan el Balanç Social poden fer servir els resultats per tenir una política de transparència i prendre mesures de millora interna; a la XES li permet tenir dades agregades dels estàndards ètics de l'Economia Solidària i el Mercat Social. El Balanç Social avalua de forma sistemàtica, objectiva i periòdica cinc grans característiques de tota empresa o entitat que vulgui ser socialment responsable: la democràcia, la igualtat, el compromís ambiental, el compromís social i la qualitat laboral.

  Per a fer-ho, es disposa d'una eina informàtica en línia (Ensenya el Cor) que dóna accés a un qüestionari general a omplir per part de l'empresa; i també a tres conjunts de qüestionaris que poden respondre anònimament persones treballadores, empreses i/o persones usuàries o clientes i persones voluntàries. Amb tot això s'obté de forma automàtica

l'informe de balanç social; el document en què les empreses descriuen i mesuren les seves aportacions socials, laborals, professionals i ecològiques fetes per al llarg d'un exercici.

El Balanç Social compleix dos objectius en clau de sector de l'ESS. El primer és l'obtenció d'una base estadística anual en relació als indicadors del balanç, cosa que permet anar configurant una comptabilitat (social i ambiental) agregada del sector a través de la publicació de l'informe de l'estat del Mercat Social català. La segona gran funció és la de donar accés al Mercat Social, ja que fer-lo obre la porta a entrar en aquest àmbit socioeconòmic: les empreses i organitzacions que el fan seran reconegudes "públicament" al catàleg d'aquesta mateixa pàgina. Per accedir al catàleg hi ha una modalitat bàsica de balanç social composat per una bateria reduïda d'indicadors.

El Balanç ha estat usat des de 2009 i el 2017, l'any de major particpació, va recollir dades de 150 organitzacions de Catalunya. El 2018 s'ha fet un salt quantitatiu i qualitatiu important a la xarxa estatal d'economia solidària (REAS), doncs fins llavors la resta de comunitats de l'estat usaven les seves pròpies eines. El 2018 han participat 188 de Catalunya i 450 a nivell estatal sota la mateixa plataforma. Per al 2019, a Catalunya, s'està treballant per a l'harmonització de l'eina amb altres existents: Valor Social (de la Federació de Cooperatives de Treball) o Panoràmic (del Consell d'Associacions de Barcelona i l'Observatori del Tercer Sector).

Durant una primera etapa el Balanç Social va ser desenvolupat de forma "casolana" i voluntària per les entitats de la XES. A partir de 2016 la XES disposa de finançament públic per al desenvolupament de la plataforma, la contractació d'un petit equip i el desenvolupament d'una campanya de comunicació. Pel 2019 es disposa d'un sistema de finançament mixt entre aportació del Ministerio de Trabajo i aportacions de cada xarxa territorial (REAS). Aquestes han acordat separar la gestió-finançament de la plataforma (que és comuna i compartida) de la gestió-finançament de la campanya de Balanç Social de cada territori.

(5.2) Facilitar l'accés a infraestructures

- Som Mobilitat, és una cooperativa de consumidores i usuàries, sense ànim de lucre, que té per objectiu contribuir a que tots els desplaçaments dels seus socis siguin més sostenibles i contaminin menys el medi ambient, reduint el número de vehicles acumulats a les nostres ciutats. Per aconseguir-ho:
    - disposa d'un parc de cotxes elèctrics compartits, que les consumidores usen a través d'una aplicació mòbil; a finals de 2018 hi ha 8 cotxes actius;
    - co-finança la compra col·lectiva/individual de vehicles elèctrics (fins a la data, cotxes i bicicletes) que després s'integren a la xarxa de vehicles de Som Mobilitat; a finals de 2018 hi ha 181 vehicles en finançament.

  Les consumidores creen grups locals, que els formen persones, entitats i ajuntaments que, sota el paraigua de Som Mobilitat, s'organitzen per accelerar l'arribada de la mobilitat sostenible al barri/municipi. Els grups locals integren en un mateix espai necessitats de mobilitat diferents, les comparteixen i les fan viables econòmicament i socialment. Disposen de recursos propis generats per ells mateixos amb la gestió dels serveis de mobilitat. S'impulsen des del territori i es reinverteixen en mobilitat local. A finals de 2018 ja hi ha 32 grups locals actius.

  Per a la posada en marxa de la cooperativa, a banda de les aportacions dels socis, es va generar una campanya de crowdfunding a Goteo, on es van aconseguir gairebé 9.500 euros. A 2018 la cooperativa encara no és viable, així que part de l'equip de Som Mobilitat treballa a canvi de mobilitat futura (hores d'ús dels vehicles).

- guifi·net és un projecte tecnològic, social i econòmic impulsat des de la ciutadania que té per objectiu la creació d'una xarxa de telecomunicacions oberta, lliure i neutral basada en un model de comuns. La Fundació guifi.net és qui vetlla pel projecte i va néixer amb la voluntat d'impulsar una xarxa de telecomunicacions mancomunada, amb solucions tecnològiques innovadores que afavorissin l'accés a Internet sense discriminacions. El desenvolupament d'aquesta infraestructura facilita l'accés a les telecomunicacions en general i a la connexió a Internet de banda ampla en particular, de qualitat, a un preu just i per a tothom, generant un model d'activitat econòmica col·laborativa, sostenible i de proximitat.

  guifi·net va iniciar-se l'any 2004 com a projecte tecnològic de telecomunicacions a la comarca d'Osona per resoldre les dificultats d'accés a Internet de banda ampla en àrees rurals, davant la manca d'interès dels operadors tradicional per proporcionar-hi servei. Mitjançant radioenllaços fets amb routers WiFi, els veïns voluntaris van desplegar una xarxa pròpia per interconnectar diferents punts geogràfics (anomenats nodes) tals com habitatges, oficines, granges, edificis públics, etc. amb l'objectiu de poder accedir a les telecomunicacions i Internet allà on fos necessari: a casa, a la feina, a la biblioteca, etc. A desembre de 2018, guifi·net compta amb més de 35.000 nodes actius, la majoria d'ells a Catalunya, però també moltes altres zones de l'estat espanyol i d'altres indrets del món. Avui dia centenars de llars i empreses accedeixen a Internet mitjançant connexions de fibra òptica de guifi·net i milers ho fan a través de radioenllaços. Es calcula que més de 50.000 persones reben servei a través de la xarxa de comuns.

  guifi.net és un projecte obert a totes les persones perquè puguin utilitzar-lo per a connectar-se. A la xarxa guifi.net també hi participen diversos operadors de telecomunicacions que ofereixen els seus serveis utilitzant la xarxa per a millorar l'accés a Internet construïnt una gran xarxa de telecomunicacions per a millorar les alternatives al territori. És la Fundació guifi·net qui manté acords de col·laboració i convenis amb diferents empreses, professionals i associacions que actuen com a operadors de xarxa i proveïdors de serveis. Els operadors i proveïdors de guifi·net col·laboren i cooperen per a desenvolupar i mantenir la Xarxa de Telecomunicacions com a Bé Comú, un bé públic obert a totes les persones. Així mateix, sobre aquesta infraestructura, poden fer activitat econòmica i competeixen per a oferir, a les persones usuàries, serveis de telecomunicacions amb diferents preus, característiques i nivells de servei. La Fundació guifi·net no ofereix serveis de telecomunicacions a persones usuàries finals.

  Guifi·net té un sistema de compensacions per a fomentar la inversió en infraestructures de telecomunicacions mancomunades i possibilitar que s'obtingui un retorn just, tant a nivell econòmic com social. El sistema s'articula entorn a les Taules de Compensacions, a les que participen els diferents actors implicats. A les Compensacions s'apliquen criteris objectius de manteniment i millora de la xarxa, això fa eficaç i eficient la gestió de la infraestructura de telecomunicacions com a banc de recursos comuns.

  Des del 2010, l'associació per a l'Expansió de la Xarxa Oberta (eXO) aglutina col·lectius, entitats, empreses i persones amb l'objectiu de promoure les xarxes de telecomunicacions obertes, lliures i neutrals, el foment del coneixement de les tecnologies de la comunicació i la informació, així com la promoció de comunitats d'usuaris i usuàries solidàries sobre una base territorial i veïnal. L'associació eXO està profundament vinculada al projecte Guifi.net i es regeix pels mateixos principis que aquest. També col·labora amb la Fundació guifi·net.